



O Conceito de Notícia na Editoria de Política dos Principais Jornais do Piauí¹

Lara CARVALHO²

Rodolfo RIBEIRO³

Rosa Maria SILVA⁴

Paulo Fernando de Carvalho LOPES⁵

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo buscar o conceito de notícia na editoria de política dos três grandes jornais do estado do Piauí: Diário do Povo, Meio Norte e O Dia. Tendo por fundamentação teórica os postulados da Teoria dos Discursos Sociais, observam-se quais fatos foram considerados relevantes pela linha editorial de cada veículo na primeira semana do mês de abril. Assim, enquanto estabelece-se um paralelo entre as editorias de política de cada jornal, revelam-se os mecanismos que constroem a idéia do que é notícia para cada jornal.

Palavras-chave: jornal; notícia; política.

Resumén:

El presente trabajo tiene por objetivo procurar el concepto de noticia en la editoria de política de los tres grandes periódicos de Estado del Piauí: "DIÁRIO DO POVO, MEIO NORTE e O DIA. Teniendo por fundamento teórico los postulados de la teoria de los discursos sociales, se observan cuáles factos han sido considerados relevantes por la línea editorial de cada medio en la primera semana del mes del Abril. Así, en cuanto se establece un paralelo entre el editorial de política de cada periódico, se revelan los mecanismos que construyen la idea de lo que sea la noticia de política para cada periódico.

Palabra-clave: periódico; noticia; política.

Introdução:

O jornal é um veículo periódico de comunicação que traz em seu bojo os fatos tidos por sua linha editorial como os dignos de ganharem notoriedade. A escolha de quais fatos são esses revela o processo de construção do que é notícia para cada veículo.

¹ Trabalho apresentado na Sessão Jornalismo e Editoração, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: lara.cipriano@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: rodolfosilvaribeiro@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: rosa_maria_dias@hotmail.com

⁵ Professor Doutor orientador do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação – NUJOC do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: pafecalo@ufpi.br



O conceito de notícia não é consensual. Diversos são os teóricos que se debruçaram sobre o tema. Robert Ezra Park, por exemplo, considera a notícia uma forma de conhecimento singular, presente e efêmero, equivalente ao senso comum, no que discorda Genro Filho. Este considera a acepção de Park redutora e positivista, posto que relega ao jornalismo a função de perpetuador do status quo e isentando-o de contradições internas. Para Genro Filho, a notícia é sim uma forma de conhecimento singular, mas construído simbolicamente e atravessado por contradições (GENRO FILHO, 1987).

Na produção noticiosa diária, mais do que das teorias aprendidas no meio acadêmico, os profissionais da informação valem-se do *habitus*. O *habitus* é um conhecimento voltado para a *práxis*, tendo suas origens doutrinárias no pensamento clássico de Aristóteles (BARROS FILHO; MARTINO, 2003). Modernamente, foi retomado por estudos de Pierre Bourdieu. Bourdieu compara-o a um maestro, que direciona as ações dos sujeitos. Assim, o *habitus* se desenvolve em um campo, de forma particularizada, através da aceitação tácita das regras de conduta do mesmo, que são concretizadas na atuação dos seus agentes. Dessa forma, nas rotinas produtivas dos jornais essas predisposições de agir interiorizadas ao longo do tempo se evidenciam no processo de tratamento dado a um fato até que esse ganhe o status de notícia.

Entretanto, a produção de notícia não se mostra de forma homogênea entre os profissionais de um mesmo veículo jornalístico, posto que o *habitus* sofre variações segundo o local de onde o emissor se pronuncia. Assim, com a divisão dos jornais em editorias, a notícia adquire conceitos diferenciados segundo as mesmas. Logo, as editorias de política, polícia, geral, nacional, cultura, esporte, internacional, cidades contêm conceitos diversos do que seja notícia. Por o objeto de estudo de esse trabalho recair sobre a editoria de política, faz-se necessário conhecer o termo. Em uma acepção aristotélica, adota-se a idéia de que a política é o meio através do qual se possa alcançar o bem estar coletivo.

Como sabemos, todo Estado é uma sociedade, a esperança de um bem, seu princípio, assim como de toda associação, pois todas as ações dos homens têm por fim aquilo que consideram um bem. Todas as sociedades, portanto, têm como meta alguma vantagem, e aquela que é a principal e contém em si todas as outras se propõe a maior vantagem possível. Chamamo-la Estado ou sociedade política. (ARISTÓTELES, 1998, pág.1)

Busca-se no presente artigo o conceito de notícia política adotado nos principais jornais do Piauí, quais sejam, Diário do Povo, Meio Norte e O Dia. Esses veículos disputam o mesmo mercado consumidor, a classe média e alta do estado e possuem marcas de enunciação próprias.

Ainda em referência ao público consumidor dos jornais locais é interessante fazer um adendo. O Piauí possui baixos índices de desenvolvimento econômico. Logo, o consumo dos jornais dá-se principalmente entre as camadas mais abastadas da sociedade local. No entanto, as camadas populares também consomem o trabalho desses veículos, só que de forma restrita aos locais públicos ou aos seus locais de trabalho.

Metodologia:

Na análise da editoria de política dos jornais Diário do Povo, Meio Norte e O Dia nos fundamentamos nos postulados da Teoria dos Discursos Sociais (PINTO, 2002), além de trabalharmos com os conceitos de *Habitus*, notícia e contrato de leitura.

A atual Semiologia é composta por dois eixos teóricos: a teoria do sujeito e a teoria dos discursos sociais. Ate-mo-nos à segunda, que também é conhecida como teoria da produção social do sentido. Essa é originária das obras de Michael Foucault e observa os processos de constituição dos discursos. Para isso, conta com três postulados: heterogeneidade enunciativa, semiose infinita e economia política dos significantes.

O termo heterogeneidade enunciativa foi proposto por Authier-Revuz, designando o caráter plural de vozes de um discurso. Essa heterogeneidade pode ser constitutiva ou mostrada, esta se refere às vozes explícitas de um discurso; aquela, às vozes implícitas, decorrentes da história ou cultura (AUTHIER-REVUZ, 1990).

A semiose infinita tem como fundamento a relação entre textos, com o sentido de um remetendo ao do outro, criando-se, assim, uma rede infinita de remissivas de representações (ARAÚJO, 1995).

A economia política do significante é o terceiro postulado da Teoria dos Discursos Sociais. Apropriando-se do ensinamento antropológico de que os fenômenos da cultura obedecem a uma lógica de mercado, a Teoria dos Discursos Sociais afirma que o campo da comunicação também opera guiado por regras de produção, circulação e consumo. Essa é a premissa que forma o terceiro postulado.



A notícia assume diferentes acepções. Ciro Marcondes Filho considera que ela é uma informação transformada em mercadoria, produzida no interior de uma empresa capitalista. Logo, antes de chegar ao receptor, a notícia passa por um processo que a manipula e a adequa à postura mercadológica assumida pela empresa jornalística (MARCONDES FILHO, 1989). Já Nilson Lages, ao conceituar notícia, mostra-se mais preocupado com o caráter técnico que ela assume: “do ponto de vista da estrutura, a notícia se define, no jornalismo moderno, como relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante” (LAGE, 1998, p.16). Alfredo Vizeu, por sua vez, discorda que a notícia seja apenas técnica ou objetividade. Ele a considera como uma forma de conceber a realidade, o que se reflete no modo como a sociedade enxerga si própria (PEREIRA JR, 2000).

O saber prático interiorizado pelos membros do campo jornalístico atua no processo de confecção da notícia, é o *habitus* jornalístico. Esse é composto por regras implícitas, não conscientemente apreendidas, mas sim assimiladas pela repetição, que se revelam na prática cotidiana. Assim, um jornalista novato ao chegar a um jornal é prontamente socializado via *habitus*, ou seja, adestrado para se adequar ao *modus operandi* desse veículo. Logo, o conceito de notícia com o qual um veículo trabalhe vai se perpetuando sem sofrer confrontações.

Por contrato de leitura entende-se o vínculo entre o suporte de imprensa e o leitor. O sucesso desse vínculo, segundo Verón, não está no conteúdo, mas pelas formas de dizer o conteúdo. As modalidades de dizer o conteúdo são: posição didática ou não, que ocorre quando o suporte subestima a capacidade do leitor; transparência ou opacidade; distância ou diálogo; objetividade ou cumplicidade.

A diagramação é um vetor importante no processo de tecimento de um jornal. Isso, porque conduz a leitura visual que o leitor faz da página, despertando-lhe a atenção para uma determinada notícia ou renegando a um plano secundário outra. Assim, também será objeto de nossa observação a forma como os três grandes jornais do estado trabalham com a diagramação de suas páginas na editoria de política.

1. Diário do Povo

O Jornal Diário do Povo é o menor dos três grandes jornais em circulação no Piauí. Os temas mais abordados no jornal são relacionados à política.



O corpus utilizado para análise do Jornal Diário do Povo compreende a primeira semana de abril de 2007, do dia primeiro a sete, na editoria de política. Essa editoria ocupa as páginas três e quatro do caderno principal, sendo que a página quatro é reservada para entrevistas ou artigos de opinião. O período analisado antecede o feriado da "Semana Santa" e o jornal destaca a movimentação política sobre o anúncio do novo secretariado do governo estadual, negociação salarial de funcionários públicos, viagem do prefeito da capital do Estado para o exterior, julgamento no TRE das contas de partidos políticos.

Nessa editoria os assuntos abordados são basicamente relacionados com a política local, ficando ausentes coberturas sobre o interior do estado e o Brasil. Assim o jornal considera o seu leitor como próximo e já familiarizado com os temas e como eles são abordados, exemplo: “Sílvio viaja e Elmano assume a PMT” (Prefeitura Municipal de Teresina).

A parte visual do jornal indica uma preocupação com o planejamento gráfico no tocante ao número de caracteres nos títulos, linhas finas e legendas. Já a fotografia não é muito valorizada, visto o pouco espaço destinado a ela. Não há muito o uso de recursos como intertítulos e olho que proporcionam leveza ao jornal. Quem vê uma página completa percebe a quantidade de blocos e colunas de textos, causando desconforto ao leitor.

No Diário do Povo não há uma preocupação em responder as seis perguntas clássicas do tradicional modelo do lead. Os textos geralmente começam com uma afirmação que partem de fontes oficiais e é permeado de citações. O jornal dedica ainda uma página que ora é preenchida com entrevista ora com artigo de opinião. Não há presença de reportagens, charges ou caricatura.

No jornal analisado os textos são construídos baseados na fala dos entrevistados. Em todos os textos observamos a presença de heterogeneidade mostrada, que é caracterizada pela manifestação explícita de outra voz no discurso. Para Authier-Revuz (1990), "a heterogeneidade mostrada inscreve o 'outro' na seqüência do discurso, através do discurso direto, aspas, formas de retoque ou de glosa, discurso indireto livre, ironia."

Quanto aos títulos das matérias observa-se a presença de nomes de políticos, tanto o primeiro como o segundo, com base no nome que é mais conhecido pela população, exemplo: “Assis Carvalho deve assumir secretaria”. Destaca-se ainda que em alguns títulos mostra-se informação que não está presente no texto, assim como em legenda de fotos. Em matéria publicada no dia 02 de abril, página 03, com chapéu



"Recursos" e o título "Partidos do Piauí podem ficar sem verba partidária" fala-se sobre a rejeição das contas de 10 partidos políticos que poderão ficar sem verbas do fundo partidário. A foto traz a desembargadora do TRE com a seguinte legenda: "Eulália Ribeiro é relatora do processo contra W. Dias", sendo que no texto não se comenta nada sobre qualquer processo contra o governador.

O jornal do dia 03, página 03, traz o título "PT não aceita 'porteira fechada' em secretarias". A expressão "porteira fechada" caracteriza o que Verón chama de discurso reportado. "As frases entre aspas não são enunciadas pelo suporte e nem atribuídas ao destinatário," (Verón, 2004).

2. Meio Norte

O Meio Norte, existente desde 1995, é o jornal mais vendido do Piauí. Graças a uma série de investimento por parte de seu proprietário, o empresário Paulo Guimarães, a publicação foi pioneira no estado em uma série de inovações tecnológicas e mercadológicas, além de se tornar o periódico de maior abrangência nas cidades do interior.

O público do jornal Meio Norte é o mesmo de seus concorrentes: classe média e alta, uma minoria que tem condições e interesse de comprar jornais todos os dias. O posicionamento político da empresa não é explicitado. Procura-se transmitir uma idéia de valorização do que é da terra, em busca assim de assumir uma proximidade com o público leitor.

A editoria de política geralmente ocupa as páginas A3 e A4 do primeiro caderno. Há uma coluna, chamada de Opinião, com pequenas notícias e comentários da jornalista Elisabeth Sá. Há também pequenas notícias distribuídas no alto de algumas páginas. A diagramação segue um padrão onde o título da primeira matéria da página possui uma fonte maior, que vai diminuindo nas notícias posteriores. Quanto à estrutura, a presença do chapéu é constante, e o subtítulo só é posto nas notícias principais. Às vezes constata-se também a presença de um olho, que destaca algum trecho principal do texto. O lead segue a definição tradicional e anuncia o assunto principal, além de responder algumas das perguntas requeridas.

As pautas da editoria alimentam-se unicamente da política local, sendo que assuntos de relevância nacional ficam em uma seção à parte.



No período analisado (primeira semana de abril de 2007), pela coincidência com o feriado da “Semana Santa”, verificou-se uma atividade política com frequência mais branda que a de outros tempos. Os assuntos principais foram: as negociações pelo acordo em torno de tarifas de ônibus (“Silvio Mendes suspende as negociações com o Setut”, de 2 de abril de 2007), divisão de cargos federais (“Acordos definem divisão de cargos federais”, da terça-feira, 3 de abril de 2007), a rejeição da denúncia contra o deputado Ciro Nogueira (“Supremo Tribunal rejeita denúncia contra Ciro Nogueira”, 3 de abril de 2007), greve dos servidores estaduais, a transformação do PFL em um novo partido sob a sigla DEM, além de uma série de notícias sobre a distribuição do secretariado no novo mandato de Wellington Dias.

O jornal vale-se do discurso autorizado para legitimar suas pautas. Dificilmente vê-se o depoimento de cidadãos comuns, e sim o de governantes, parlamentares, presidentes de associações e diretores de órgãos diversos. Heterogeneidade mostrada, onde se procura dar credibilidade às declarações. As fotografias reforçam esta proposta, uma vez que sempre retratam as autoridades entrevistadas, normalmente no momento em que falam e em ângulos pouco variados. Em “Supremo Tribunal rejeita Denúncia contra Ciro Nogueira” (3 de abril de 2007) a fonte são os próprios autos do processo, utilizados para a descrição do caso.

Algumas matérias são claramente advindas de releases (“SASC inaugura Complexo da Cidadania em Picos”, 3 de abril de 2007; “Festa do peixe projeta resultados da aqüicultura”, 4 de abril de 2007). Em outras, nota-se a presença de uma única fonte durante todo o texto, como se ele fosse construído em cima de apenas um discurso ou coletiva do entrevistado (“Projeto de Piscicultura é sucesso no município”, de 2 de abril de 2007, que gira em torno do deputado federal Osmar Júnior).

O Deputado federal Osmar Júnior está entusiasmado com o sucesso do projeto de piscicultura desenvolvido na barragem de Bocaina, na Região de Picos. (...) O deputado Osmar Júnior, um dos grandes incentivadores do projeto desde a época em que era vice-governador, lembra que a I festa do Peixe do Piauí, que será lançada nesta terça-feira, dia 3 de abril, promete se transformar num dos grandes eventos de Bocaina.

O mais comum é mostrar apenas um dos lados da questão, geralmente o do governo e grandes entidades públicas e privadas.



3. O Dia

O jornal O Dia foi o primeiro a circular no estado do Piauí, em 1951. Ele destina diariamente duas páginas à editoria de política, páginas dois e três do primeiro caderno, em que traz uma coluna de notas, intitulada Roda Viva, e matérias acerca dos fatos políticos considerados mais importantes pela linha editorial do jornal. Esses fatos são de ordem local, os temas políticos nacionais são partes de outra editoria.

No período sob análise, a primeira semana do mês de abril de 2007, as notícias se concentram na definição do novo secretariado do segundo mandato do governador Wellington Dias. Outro tema são os julgamentos promovidos pelo Tribunal Regional Eleitoral, TRE, contra políticos locais. Destacam-se também as notícias referentes às cidades de Teresina e Bocaina e aos deputados estaduais Tererê e Dr. Pinto e ao deputado federal Ciro Nogueira.

Observa-se que mesmo as matérias que não versam sobre um político em especial acabam por sugerir isso na manchete utilizada, posto que o fato político noticioso tem sua importância diminuída em manchetes que se valem de nomes próprios para cativar a atenção do leitor. Isso denota que o consumidor desse jornal é visto por quem o produz como um público familiarizado com as situações políticas desenvolvidas no estado.

Os títulos “Tererê derrota políticos de projeção em Parnaíba”; “Sílvio Mendes viaja para China em busca de bons negócios”; “Dr. Pinto supera adversidades e se elege deputado estadual”; “Themístocles e Chinaglia discutem emancipação”; “Mussa Demes indicará cargos no governo petista”; “Flora Izabel indica irmã para a Secretaria de Assistência Social”; “João de Deus admite que Assis Carvalho deve ir para Transportes”; “Osmar Júnior confirma Robert Rios e Macambira como indicados do PC do B”; “Kléber rejeita Saúde e Regina é cotada”; “Nazareno apóia nome de Regina Sousa”; “Edson Ferreira diz que democratas ‘não se propõem a ser oposição’ ”; “Mainha: aliança com PT seria incoerência”; “Themístocles propõe projeto para barrar ‘excesso’ na criação de municípios”; “João Cláudio pede afastamento da Câmara” tornam evidentes a personificação da editoria de política no jornal O Dia. Os nomes das pessoas que compõem a cena política do estado se sobrepõem ao próprio evento político.

Nas notícias da editoria de política do jornal O Dia vê-se claramente um dos postulados da Teoria Social dos Discursos, o da heterogeneidade enunciativa, proposta



por Authier-Revuz e que versa sobre a pluralidade de vozes que constroem um discurso. Assim, a primazia pelas versões oficiais, sejam elas de deputados, delegados ou tribunais, revelam a heterogeneidade enunciativa mostrada, aquela na qual as vozes são explícitas.

Na editoria de política do jornal sob análise a voz popular inexistente. O público, aquele que é atingido diretamente pelos eventos políticos do estado, não é ouvido. Além disso, os textos são construídos apenas com a versão dada por uma voz legitimada junto ao público leitor, não se tendo uma voz de oposição. As matérias mostram um lado do fato, dado por um político bastante conhecido, sem propiciar aos leitores, assim, um conhecimento abrangente sobre o tema proposto.

O jornal O Dia em diversas situações tenta se aproximar do público. Isso, através de uma linguagem do senso comum. Expressões como “desde então patina”, “estaca zero”, “de vez em quando”, “já é outra história”, “querelas paroquiais”, além de frases de apelo popular, como “mas o veredicto do povo é soberano” ou “o fato é que não se deve duvidar da perseverança do deputado”, são uma tentativa de aproximação do jornal com o público que o lê.

Uma notícia se destaca no material analisado por ter um estilo evidentemente de assessoria de imprensa. A notícia “Projeto de piscicultura gera emprego e renda em Bocaina” apesar de não trazer o nome do deputado Osmar Júnior no seu título, faz dele o centro da matéria, como idealizador do projeto. Observa-se também que nenhum membro da comunidade foi ouvido acerca do projeto, mas o parlamentar sim.

Quanto à parte gráfica das páginas dessa editoria se percebe uma diagramação confusa. As matérias são colocadas de forma não linear na página; o título da parte de cima da página é destacado em negrito, estendendo-se dos dois pólos da mesma. Em alguns casos isso faz com que o espaço ocupado pelo título abranja duas matérias, o que confunde a leitura visual da página, ficando uma matéria com um título que mais parece linha fina. Não há linha fina nessa editoria, nem charge ou caricaturas. Ademais, o olho não aparece com frequência.

As fotografias dessa editoria resumem-se a fotos posadas dos entrevistados.

Considerações Finais

A análise da editoria de política dos jornais Diário do Povo, Meio Norte e O Dia torna evidente as marcas que os aproximam. Os três jornais valem-se dos mesmos



artifícios como estratégia de convencimento do leitor. Assim, o discurso oficial das vozes legitimadas socialmente e a personificação do acontecimento político é algo recorrente nos três. Os títulos das matérias frequentemente trazem nomes de políticos famosos, a fim de chamar a atenção do leitor para o texto. Ademais, a diagramação não inova, não destacando, pois, qualquer um deles. Tamanhas semelhanças não são condizentes com a situação do mercado, posto que, por concorrerem pela mesma fatia de público, seria adequado que esses veículos pudessem propiciar uma gama de opções para o leitor, e não trabalhem sobre a mesma ótica.

Do exposto pode-se concluir que o conceito de notícia nas editoriais de política dos três grandes jornais do Piauí está vinculado ao que é tido pela linha editorial do jornal como capaz de motivar a compra do produto pelo leitor. Observa-se, então, que esses veículos trabalham com a secundarização do evento político, em prol da figura do próprio político, a fim de se destacarem no mercado. Acrescenta-se, por fim, que a personificação da política é uma prática já interiorizada pelos profissionais dos jornais locais analisados.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Inesita Soares. “O olhar semiológico” In: **A reconversão do olhar**. (Dissertação de mestrado) Rio de Janeiro: ECO-UFRJ, 1995. 286p.

ARISTÓTELES. **A Política**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

AUTHIER-REVUZ, Jackeline. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). **Cadernos de Estudos de Lingüística**, Campinas, 1990.

BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luís Mauro Sá. **O Habitus na Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

GENRO FILHO, Adelmo. **O jornalismo como forma de conhecimento: os limites da visão funcionalista**. In: _____. **O Segredo da Pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia – jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1989.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**. São Paulo: Hacker, 2002.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.